

# **SIKAP MAHASISWA DI SURABAYA TERHADAP GAME SHOW "HAPPY SONG" DI INDOSIAR**

**(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Sikap Mahasiswa Di Surabaya Terhadap Game  
Show "Happy Song" di Indosiar)**

## **SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur**



**OLEH:**

**STEPHANIE GITA PASASSUNG**  
**NPM . 0643110402**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
2010**

## ABSTRAKSI

### **STEPHANIE GITA PASASSUNG. SIKAP MAHASISWA SURABAYA TERHADAP GAME SHOW HAPPY SONG DI INDOSIAR.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi di Surabaya terhadap tayangan Happy Song di Indosiar.

Teori yang digunakan adalah teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon). Unsur-unsur yang terdapat dalam teori S-O-R adalah stimulus (pesan), organism (komunikan), respon (efek). Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimuli khusus, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Dan analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa sikap mahasiswa Surabaya terhadap tayangan Happy Song di indosiar memiliki perhatian, pengertian dan penerimaan yang positif.

Kata kunci : sikap, mahasiswa, game show, happy song, Indosiar.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dari kegiatan komunikasi. Kegiatan komunikasi tersebut hanya bisa dilakukan secara tatap muka, namun ada juga yang menggunakan alat bantu media untuk menyampaikan pesan. Media yang menyediakan jasa untuk menyampaikan pesan pada khalayak disebut media massa ( Effendy, 2002 : 50).

Media massa merupakan sarana untuk menyampaikan isi pesan yang bersifat umum kepada sejumlah orang yang jumlahnya relative besar, tinggalnya tersebar, heterogen, anonym, melembaga, memiliki perhatian yang berpusat pada isi pesan yang sama, dengan tidak memberikan arus balik secara langsung pada saat itu. Menurut jenisnya media massa di bagi menjadi dua yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Media cetak adalah suatu dokumen atas segala hal tentang rekaman peristiwa yang diubah dalam kata-kata, gambar foto dan sebagainya ( contoh : surat kabar, majalah, tabloid. Sedangkan media elektronik adalah media yang proses bekerjanya berdasar pada prinsip elektronik dan eletromagnetis (contoh televisi, radio, internet). yang mana masing-masing memiliki sifat, karakter, daya tarik dan ciri khas sendiri-sendiri.

Dari beberapa media elektronik yang ada, televisi merupakan media yang paling akhir kehadirannya. Meskipun demikian, televise merupakan media eletronik yang paling efektif dan banyak menarik simpatik serta tidak dimiliki oleh media lainnya. Dalam hal penayangannya televisi memiliki jangkauan yang tidak terbatas. Dengan modal visual yang dimiliki siaran televisi bersifat sangat komulatif dalam memberikan pesan-pesannya, karena

itulah media televisi sangat bermanfaat bagi upaya pembentukan sikap maupun perilaku sekaligus perubahan pola berfikir.

Menurut Effendy ( 1997 : 41) media televisi mempunyai daya tarik yang lebih tinggi sebagai media elektronik, dibandingkan dengan radio yang sifatnya auditif (hanya dapat didengar) sedangkan televisi memiliki unsure visual atau gambar bergerak ( moving picture) sehingga segalanya seolah-olah terlihat “hidup” dan audiens merasa seperti ikut didalamnya. Pada perkembangannya televisi selain memberikan informasi juga menayangkan acara-acara hiburan yang pada umumnya dapat mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan bagi yang menontonnya.

Media televisi sebagai salah satu pelopor dalam penyebaran informasi dengan menggunakan perangkat satelit, kini menjadi informasi yang berkembang pesat dan juga munculnya globalisasi teknologi informasi dimanapun bisa disaksikan lewat siaran jaringan televisi dengan membawa dampak yang begitu besar, baik dalam bidang sosial, budaya, ekonomi dan politik. Media televisi pada hakekatnya adalah *movie* atau *movie picture in the home*, yang membuat pemirsanya tidak perlu keluar untuk menontonnya. Hal tersebut merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki televisi dan keunggulan yang lain adalah televisive tersaji dalam bentuk audiovisual, dengan kata lain adalah perpaduan antara radio dan film. Ini menjadi daya tarik kuat televisi, selain mempunyai unsur kata-kata sound effect, music seperti radio, televisi juga mempunyai unsur visual berupa gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada pemirsa sehingga seolah-olah khalayak berada di tempat peristiwa yang disiarkan oleh pemancar televisi itu. (Effendi,2000 : 177).

Menurut Kuswandi (1996:21-24), munculnya media televisi dalam kehidupan manusia telah menghadirkan suatu peradapan, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi. Kemampuan media televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan bahwa

media tersebut menguasai jarak secara geografis dan sosiologis. Daya tarik yang dimiliki media televisi semakin besar sehingga pola dan kehidupan manusia sebelum muncul televisi berubah total sama sekali.

Televisi telah hadir dengan segala acara yang berisi pesan-pesan pilihan dari pihak-pihak produser atau pengelola stasiun televisi. Khalayak dihadapkan banyak pilihan program acara yang disajikan di televisi. Khalayak atau pemirsa akan lebih selektif dalam menentukan suatu acara yang sekiranya sesuai dengan kebutuhannya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Melvin De Fleur & Mac Andrews (1998:5) bahwa individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media menaruh perhatian kepada pesan-pesan, terutama jika berkaitan dengan kepentingannya. Setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda.

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi informasi akan membawa dampak yang sangat besar pada perkembangan pertelevisian saat ini. Suatu siaran televisi dituntut untuk dapat memberikan informasi yang tidak hanya akurat tetapi juga dapat memberikan pengetahuan, pengalaman, bahkan sampai membuat para pemirsa peka terhadap masalah sosial yang ada. Media televisi mempunyai daya tarik lebih tinggi sebagai media elektronik karena sifatnya yang audiovisual, selain dapat didengar juga dapat dilihat dan segala sesuatunya berlangsung hidup sehingga seolah-olah khalayak berada di tempat peristiwa yang disiarkan oleh pemancar televisi itu dibandingkan dengan radio yang sifatnya auditif, hanya dapat didengarkan (Effendy, 2000: 175)/

Di Indonesia pertelevisian berkembang pesat sejak awal tahun 1990 dengan adanya lima stasiun TV swasta seperti TVRI, RCTI, SCTV, ANTEVE, dan INDOSIAR kegiatan komunikasi berkembang luas untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat maka masing-masing stasiun TV berusaha untuk menampilkan berbagai macam program acara yang dapat menarik para pemirsa. Terbukti dengan

bermunculan stasiun TV baru seperti TRANS TV, TRANS7, Global TV, LATIVI dan METRO TV. Di penghujung decade 1980-an dan awal decade 1990-an suasana pertelevisian di Indonesia menjadi meriah. Munculnya stasiun swasta ini menguntungkan bagi berbagai pihak, yakni dengan bertambahnya lapangan kerja dan bervariasinya program acara yang ditayangkan di televisi, sehingga khalayak dihadapkan pada banyak pilihan program acara yang disajikan oleh pengelola stasiun televisi (Effendy, 2000: 195). Stasiun televisi yang berformat informasi dan hiburan tersebut saling berlomba menonjolkan tayangan-tayangan yang dinilai memiliki nilai hiburan diantaranya : Film, Komedi, Sinetron dan Game Show.

Game Show yaitu sejumlah kontestan yang direkam secara intensif dalam suatu lingkungan khusus guna bersaing memperebutkan hadiah. Salah satu stasiun televisi yang menayangkan program acara dalam bentuk game show adalah Indosiar. Game Show Happy Song ditayangkan setiap hari senin-jumat pukul 12.30-14.30. Happy Song merupakan sebuah program games show Indosiar. Dalam program tersebut sejumlah peserta ditantang untuk menguji pengetahuan mereka tentang lagu. Pastinya, jika mereka berhasil melewati babak demi babak, mereka akan membawa pulang hadiah jutaan rupiah. Dalam episode perdana, Nardji Ca'gur dan Denny Ca'gur memilih tujuh peserta yang berasal dari para audience. Ke-7 peserta tersebut diminta untuk melanjutkan lagu yang dibawakan home band. Dari ke-7 peserta yang dihadirkan, hanya akan ada 3 peserta yang berhak untuk melaju ke babak berikutnya. Pada babak selanjutnya, ke-3 peserta diminta kembali untuk menebak lagu yang dibawakan home band. Dalam babak ini hanya akan ada satu peserta yang berhak untuk masuk dalam babak berhadiah. Setelah satu diantara tiga peserta didapat, peserta yang berhasil memasuki babak berhadiah, akan kembali dipertemukan dengan satu orang penantang yang akan memperebutkan hadiah jutaan rupiah. Tak hanya itu, jika dalam babak duel muncul seorang pemenang, maka sang pemenang akan diberi kesempatan untuk mempertaruhkan hadiah yang ia dapat dari babak duel.( [www.indosiar.com](http://www.indosiar.com))

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui sikap pemirsa televisi khususnya para mahasiswa ilmu komunikasi terhadap game show Happy Song di Indosiar. Mahasiswa dipilih karena menurut AGB Nielsen Research yang telah melakukan survei kepemirsaaan televisi, di 10 kota besar di Indonesi, yakni Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, Semarang, Makassar, Yogyakarta, Denpasar dan Banjarmasin dengan kelompok usia 17-25 tahun mencapai 30%. Kelompok usia tersebut paling banyak adalah usia remaja akhir dan masa dewasa awal. Kelompok ini berada pada tingkat pendidikan perguruan tinggi atau berstatus mahasiswa. Hal ini sesuai usia dengan segmen yang dituju oleh game sho Happy Song.

Sebagai suatu program acara televisi dapat dikatakan diterima pemirsa televisi dan terjaga eksistensinya apabila respon yang diterima pemirsa televisi terhadap program ini positif. Salah satu cara untuk mengetahui respon yang diberikan oleh pemirsa televisi terhadap game show Happy Song adalah mengetahui sikapnya. Menurut Azwar (2002:34) sikap terdiri dari 3 komponen yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Komponen kognitif berkaitan dengan keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan terhadap suatu objek. Selain itu komponen ini juga tersusun atas dasar pengetahuan yang dimiliki individu tentang objek siaknya. Pengetahuan ini kemudian akan memberikan keyakinan tertentu dalam diri individu terhadap objek sikap. Jadi komponen kognitif ini yang akan menjawab pertanyaan apa yang akan dipikirkan atau dipersepsikan tentang objek tertentu. (Mar'at,1982:25). Komponen kognitif berisi persepsi, kepercayaan dan steriotip yang dimiliki individu mengenai sesuatu, terutama apabila menyangkut masalah isu atau masalah yang kontroversial (Azwar,1997:24). Komponen afektif dibentuk oleh aspek perasaan terhadap objek. Dimana komponen ini berkaitan dengan aspek emosional terhadap objek tersebut. Objek tersebut dirasakan sebagai hal yang menyenangkan, disukai atau tidak disukai. Beban emosional inilah yang memberikan watak tertentu terhadap sikap, yaitu watak mantap, tergerak dan termotivasi. Sedangkan konatif merupakan komponen yang berkaitan dengan perilaku yang

ditunjukkan oleh pemirsa televisi terkait dengan objek tertentu. Jika seseorang bersikap positif terhadap objek tertentu, maka ia cenderung membantu, memuji atau mendukung objek tersebut. Tetapi jika seseorang individu bersikap negative terhadap objek tertentu, maka ia cenderung mengganggu, menghukum atau merusak. (Krech,1996:9).

Sikap merupakan perwujudan respon dari komunikan terhadap stimulus yang diterima. Bila sikap pemirsa televisi terhadap game show Happy Song bagus, maka program tersebut akan semakin eksis tayang di televisi. Khalayak dalam penelitian ini adalah pemirsa televisi Surabaya. Pemilihan kota Surabaya dalam penelitian ini dikarenakan merupakan kota metropolitan dan terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta dimana penduduknya bersifat heterogen sehingga dapat memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap game show Happy Song. Maksud peneliti dalam meneliti program acara game show Happy Song adalah untuk mengajak pemirsa agar mau untuk mengenal dan mengetahui lagu-lagu Indonesia ciptaan anak bangsa.

Pemirsa (television watcher, television viewer) adalah sasaran komunikasi melalui televise siaran yang karena heterogen masing-masing mempunyai kerangka acuan (frame of reference) yang berbeda satu sama lain. Mereka berbeda bukan saja dalam usia dan jenis kelamin, tetapi juga dalam latar belakang sosial dan kebudayaan, sehingga pada gilirannya berbeda-beda dalam pekerjaan, pandangan hidup, agama dan kepercayaan, pendidikan, cita-cita, keinginan, kesenangan dan sebagainya. Kegiatan pemirsa dalam menonton acara televise merupakan kegiatan untuk memenuhi tujuan mereka, baik kebutuhan informasi, maupun hiburan. (Effendy, 2000:8). Kegiatan pemirsa dalam menonton program acara televise merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik berupa informasi, pendidikan maupun hiburan. Akan tetapi dalam soal kepuasan terganutng dari penafsiran masing-masing pemirsa, tentu saja kepuasan yang didapat oleh pemirsa televise tergantung dari motif masing-masing khalayak dalam menonton televise.



Secara khusus, peneliti memilih mahasiswa ilmu komunikasi sebagai subjek penelitiannya, karena (1) kelompok mahasiswa ini dinilai memiliki latar belakang keilmuan yang sesuai dengan permasalahan yang diajukan peneliti, (2) karena memiliki pemahaman yang cukup mengenai seluk beluk kehidupan media massa dan perkembangannya, (3) mereka juga dinilai memiliki daya kritis yang memadai terhadap isi tayangan yang terdapat di televisi sehingga mampu berfikir secara realistis dan bisa menilai sesuatu hal secara obyektif.

Pada penelitian ini menggunakan teori S-O-R. Jika unsur stimulus berupa pesan, unsure organism berupa perhatian, pengertian dan penerimaan komunikasi. Sedangkan unsur respon berupa tiga komponen yang mempengaruhinya yakni ; kognitif, afektif dan konatif. Tentunya yang berkaitan dengan kemampuan media televisi dalam mempengaruhi sikap komunikasi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah bagaimana sikap pemirsa televisi Surabaya tentang game show Happy Song di Indosiar?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap mahasiswa Surabaya terhadap game show Happy Song di Indosiar.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya terkait dengan sikap mahasiswa terhadap tayangan program televisi.

2. Secara praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak yang memproduksi game show Happy Song mengenai sikap mahasiswa Surabaya terhadap program tersebut.

**Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Surabaya Terhadap Game Show  
“Happy Song” di Indosiar**

**PROPOSAL**



**Oleh :**

**STEPHANIE GITA PASASSUNG**

**NPM. 0643110402**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
SURABAYA**

**2010**